

Oponentský posudek bakalářské práce

Autor: Martin Tichý
Název práce: E- and Smart-: Discourse of selling, promoting and advertising technology
Studijní obor: Angličtina v elektrotechnice a informatice
Akademický rok: 2020/2021
Oponent BP: Mgr. Bc. Dagmar Šťastná

Cílem předkládané bakalářské práce je shromáždit data a údaje z oblasti reklamy a marketingu z různých typů médií za účelem lingvistické analýzy. Výsledky analýzy mají vést k identifikaci strategií, které jsou používány výrobci moderních technologií při prodeji svých výrobků.

Autor práce se pokusil dosáhnout daného cíle popisem některých ze strategií v jednotlivých kapitolách, i když většina z nich by si zasloužila důkladnější zpracování jak teoretické části, tak části analytické. Naproti tomu jsou v práci i kapitoly, u kterých postrádám bližší vysvětlení, proč je autor zařadil do BP, nebo jejich souvislost s cílem práce. Jedná se například o Kapitulu 1, v níž je uvedena statistika opakovaných nákupů zákazníků bez uvedení jakékoliv spojitosti s tématem BP. Rovněž Kapitola 6, týkající se Sensory Marketing, je zaměřena více na tzv. product branding a náležela by spíše do kategorie marketingu, než lingvistiky. Celé práci by prospělo rozdělení na teoretickou část, kde by autor prokázal svou schopnost orientovat se v problematice terminologie, rozpoznání analyzovaných jevů a používaných strategií (např. mi v práci chybí vysvětlení stylu reklamy, vlastnosti reklamního textu a reklamních sloganů, využití verbálních a neverbálních prostředků, zmínka o typech médií, apod.), a část praktickou, ve které by získaná data analyzoval. Autor však řadil jednotlivé kapitoly za sebou bez návaznosti, a tak práce působí neuceleně a roztěkaně, text působí spíše jako komentář doplněný o několik obrázků. Závěr BP je velmi stručný a shrnutý do dvou čtyřřádkových odstavců, čemuž se nelze divit, jelikož v práci chybí analýza a její výsledky.

Autor se snaží dodržet formální úpravu BP, ale nevyhnul se nedostatkům, ze kterých lze jmenovat chybějící číslování stránek, řádkování nebo nedodržení limitu pro BP (tato práce obsahuje cca 45000 slov). Jazyková úroveň bakalářské práce je dostačující, jen s upozorněním na neformální použití isn't nebo občasného chybného použití anglického přídělníku (participial clauses). I když se v BP objevují výše uvedené nedostatky, doporučuji BP k obhajobě s hodnocením E(55 bodů).

Otázka k obhajobě:

Co je typické pro jazyk reklamy z hlediska (a) morfologického a (b) syntaktického?

What is typical of the language of advertising in terms of (a) morphology and (b) syntax?